

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA PENGEMBANGAN
TENAGA KERJA TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PT. AIR MANCUR - KARANGANYAR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Pendidikan Akuntansi



Oleh :

ERFAN HARI KENCANA
A. 210 050 066

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha sekarang ini mengalami perkembangan yang begitu pesat karena persaingan usaha yang semakin kompetitif, untuk mengatasi hal ini sebuah perusahaan dituntut lebih kompetitif untuk menjaga kelangsungan usahanya, salah satu faktor yang mempengaruhi kelangsungan suatu perusahaan adalah promosi dan tenaga kerja, promosi yang lebih intensif dan diimbangi tenaga kerja yang berkualitas akan lebih meningkatkan hasil penjualan perusahaan.

Promosi merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitas suatu produk, bila belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Kegiatan promosi dalam suatu perusahaan sangat diperlukan sekali untuk mengenalkan produk kepada masyarakat, sehingga masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli produk dari perusahaan

Promosi menurut Fandi Tjiptono (2008:219) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar agar bersedia membeli atau menerima produknya. Suatu kegiatan promosi sangat penting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan apabila ingin meningkatkan hasil penjualan. Semua itu didukung dengan bagaimana sebuah perusahaan

melakukan kegiatan promosinya. Semakin intensif kegiatan promosi yang dilakukan sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula biaya yang harus dikeluarkan perusahaan.

Selain promosi tenaga kerja juga merupakan faktor penting dalam perusahaan untuk meningkatkan jumlah penghasilannya, tenaga kerja yang berkualitas akan membuat perusahaan akan lebih produktif sehingga hasil yang diperoleh perusahaan akan lebih meningkat. Untuk memperoleh tenaga kerja yang berkualitas sebuah perusahaan harus melakukan kegiatan yang disebut dengan pengembangan tenaga kerja.

Pengembangan tenaga kerja adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan karyawan agar mampu menduduki jabatan yang lebih tinggi dan juga suatu usaha untuk meningkatkan produktifitas kerja karyawan. Kemampuan dengan latihan, pendidikan dan peninjauan agar cepat menyesuaikan diri dengan pekerjaan baru (Handoko, 1993 : 103)

Tujuan pengembangan tenaga kerja adalah untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja dengan cara pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang sesuai dengan jenis-jenis pekerjaan karyawan. Pengembangan tenaga kerja dapat meningkatkan kualitas tenaga kerja itu sendiri. Semakin berkualitas suatu tenaga kerja maka mempermudah perusahaan untuk mencapai tujuan, dimana tujuan perusahaan adalah mencari laba dari hasil penjualan produknya.

Kegiatan promosi dan pengembangan tenaga kerja pada PT. AIR MANCUR – Karanganyar adalah bertujuan untuk dan menjaga dan meningkatkan keuntungan, sehingga kegiatan tersebut harus dilakukan guna meningkatkan volume penjualan perusahaan. Untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tersebut diperlukan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh

perusahaan, semakin intensif kegiatan tersebut maka semakin banyak pula biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan

Dengan demikian keberhasilan suatu organisasi dalam menjaga dan meningkatkan volume penjualan selalu dipengaruhi oleh kegiatan promosi dan kegiatan pengembangan tenaga kerja. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Pengembangan Tenaga Kerja Terhadap Volume Penjualan Pada PT. AIR MANCUR - Karanganyar”**.

B. Pembatasan Masalah

Tujuan pembatasan masalah adalah untuk membatasi masalah agar tidak melebar serta untuk mempermudah arah dan maksud penelitian. Untuk itu penelitian ini hanya membahas tentang :

1. Biaya promosi untuk biaya periklanan dan biaya promosi penjualan pada PT. AIR MANCUR Karanganyar tahun 2004-2008.
2. Biaya pengembangan tenaga kerja untuk biaya magang, biaya insentif dan biaya pelatihan silang pada PT. AIR MANCUR - Karanganyar tahun 2004-2008.
3. Volume Penjualan untuk produk Madurasa pada PT. AIR MANCUR – Karanganyar tahun 2004-2008.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh antara biaya promosi terhadap volume penjualan?
2. Adakah pengaruh antara biaya pengembangan tenaga kerja terhadap volume penjualan?
3. Adakah pengaruh antara biaya promosi dan biaya pengembangan tenaga kerja terhadap volume penjualan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan sebagai arah penelitian sangat penting untuk diambil sebagai acuan penelitian ini dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya pengembangan tenaga kerja terhadap volume penjualan.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya pengembangan tenaga kerja terhadap volume penjualan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai masukan bagi perkembangan ilmu ekonomi pada umumnya dan ilmu manajemen pada khususnya.

2. Manfaat praktis

- a. Memberikan informasi pada pihak yang dijadikan obyek penelitian dan diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan

masalah mengenai promosi dan pengembangan tenaga kerjanya dalam meningkatkan volume penjualan.

- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengetahuan atau pustaka bagi yang ingin mendalami penelitian masalah ini.
- c. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk menembah pengalaman bidang penelitian, disamping itu juga sebagai media latihan pengembangan cara berpikir analisis.

F. Sistematika Pembahasan

Yang dimaksud sistematika pembahasan disini adalah uraian susunan pengelompokan dalam penyusunan skripsi. Pembahasan skripsi ini diperinci dalam garis-garis besar meliputi:

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Dlam bab ini diuraikan teori yang meliputi konsep pemasaran, konsep promosi serta strategi – strategi pengembangan tenaga kerja dan volume penjualan.

Bab III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini diuraikan kerangka teoritik, hipotesa, definisi operasional, metode penelitian, periode penelitian, sumber data

dan teknik pengumpulan data, metode analisis data dan pengujian hipotesa.

Bab IV : Analisis Data dan pembahasan

Dalam bab ini diuraikan sejarah perkembangan perusahaan, gambaran umum perusahaan, kebijaksanaan perusahaan dalam melakukan promosi dan pengembangan tenaga kerja.

Bab V : Penutup

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari data yang telah dianalisa dan saran yang dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan.